

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli Ulang pada produk Kosmetik bedak Tabur Wajah Wardah.
Nama : Siti Nurhasanah
Program Studi : Manajemen

Kosmetik ini telah menjadi bagian hidup bagi sebagian kalangan khususnya perempuan. Perempuan selalu mendambakan ingin memiliki kulit yang putih, bersih dan cerah guna menunjang aktivitasnya. Pilihan jenis yang beraneka ragam sejatinya sebagai strategi untuk memenuhi keinginan konsumen yang beragam. Wardah kini mengeluarkan produknya Bedak muka tabur sekarang semakin terasa bahwa adanya Kosmetik Bedak muka tabur yang beraneka fungsi dengan ragam dan keunikan kemasan serta keunggulan dalam memberikan fungsi bagi konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang. Metode kausalitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Regresi Linier Berganda sebagai alat pembuktian. Sampel penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan jumlah sampel 100 responden yang membeli dan menggunakan produk kosmetik bedak tabur wajah wardah dalam 4 bulan terakhir. Selanjutnya hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial bahwa citra merek, kualitas produk dan *word of mouth* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Selain itu penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan *word of mouth* secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: citra merek, kualitas produk, *word of mouth*, minat beli ulang.

ABSTRACT

Title : *The Influence of brand image, product quality and word of mouth on repurchase interest in Wardah face powder cosmetic products.*
Nama : Siti Nurhasanah
Study Program : *Management*

These cosmetics have become a part of life for some people, especially women. Women always yearn to have white, clean and bright skin to support their activities. The choice of diverse types is actually a strategy to meet the wishes of diverse consumers. Wardah now issued its products powder face so now increasingly felt that the presence of cosmetics powder face sows a variety of function with a variety and uniqueness of packaging and excellence in providing functions for consumers. The purpose of this research is to find out the influence of brand image, product quality and word of mouth on re-purchase interest. The causality method used in this study uses the Multiple Linear Regression method as a proofing tool. The sample of this study used non probability sampling with a sample of 100 respondents who purchased and used cosmetic products sprinkle face wardah in the last 4 months. Furthermore, the results of this study showed partially that brand image, product quality and word of mouth have a significant influence on re-purchase interest, In addition, this research shows that brand image, product quality and word of mouth together (simultaneously) have a significant influence on re-purchase interest.

Keywords: *brand image, product quality, word of mouth, resend interest.*